



目的

村の命運を担う産業と位置づける土佐はちきん地鶏については、これまでに整備した鶏舎等の生産施設やHACCP対応の食鳥処理・加工施設を核とし、村内で生産から処理・加工までを一貫して行う体制が確立。これを契機に、目標として掲げた年間12.5万羽体制の実現に向け、首都圏など県外での販路開拓や県内での地産地消などの取り組みを加速することにより、村の基幹産業としてのさらなる発展と若者の定着を図る。

現状

- 土佐はちきん地鶏H28年度出荷羽数：約62,000羽
- 1.5次加工ができる設備を有し、HACCPに対応した食鳥処理・加工施設が完成（H29.7竣工）
- 食鳥処理施設としては県内初となる県版HACCP第3ステージ認証を取得（H29.12）

課題

- 目標の12.5万羽体制の実現に向けた販売の拡大
- 収益力強化に向けた生産性・付加価値の向上、コスト削減
- 土佐はちきん地鶏の知名度と認知度の向上

取組の方向性

- 外商公社や県と一体となった県外への攻めの営業活動
- 嶺北地域等における「土佐はちきん地鶏」の地産地消の推進（ポスト維新博キャンペーンや土佐れいほく博（仮称）との連携）
- 市場ニーズに応える商品の“強み”づくりと新たな商品開発
- 上記の展開に求められるブランドの再構築

実行体制

- 大川村役場**
HP等情報発信、ふるさと納税（企画）、生産・加工施設の基盤整備
- むらびと本舗**
土佐はちきん地鶏の生産
- 大川村ふるさとむら公社**
・土佐はちきん地鶏の加工・販売（外商等営業）
・村のえき、白滝の里運営（指定管理者）
- 高知県地産外商公社**
土佐はちきん地鶏の外商等営業
- 高知県**
計画推進課、嶺北地域本部、地産地消・外商課、畜産振興課

- 5W1Hの明確化とPDCAサイクルに基づく取り組みの検証・改善
- 生活支援部会と観光・交流部会との更なる連携強化

取り組みの加速

【ブランドの再構築】 知名度・認知度の向上 ‘地鶏と言えば「土佐はちきん地鶏！」’

○マーケティング等に精通した専門家の活用によるブランドの再構築
HACCP対応加工施設の整備により村内で生産から加工までを一貫して行う新たなオール大川村体制でのブランディングを実施

特徴をわかりやすく伝える（ストーリー性、こだわり、客観データ等）

データの活用

【付加価値向上のための試験研究】

- 付加価値向上・ブランドの再構築に向けた試験分析
 - ・土佐はちきん地鶏及び競合する他の地鶏等の各種データの取得・比較・分析（ポジショニングや価格戦略構築の基礎データなど）
- “強み”づくりの試験分析
 - ・朝締め、熟成等旨みや肉質の試験・分析
- 県内資源を活用した生産技術の実用化
 - ・飼料に県内資源を添加・給与することによる肉質向上効果等の検証等



○新たなブランド戦略や計画を元に取り組みをさらに加速(H30.4月～)

- 県外への攻めの営業展開**
- ふるさとむら公社と地産外商公社がタッグを組んでセールス活動を展開
- 首都圏など都市圏への業務筋向け外商活動
 - ・居酒屋産業展など商談会への出展
 - ・飲食店やボランティアチェーンなどへの外商公社による営業展開
 - ・産地ツアーの実施
 - ・高知家の魚応援制度の取組との連携（県産水産物試食提案会や産地見学会商談会等）
 - まるごと高知での試食商談会
 - ・飲食店やホテル、量販店などターゲット別に試食商談会を開催

- 地産地消の推進**
- ここにきて、土佐はちきん地鶏が買える・食べられる！
- 地域内飲食店や量販店での取扱いに向けたセールス活動
 - ポスト維新博キャンペーンや土佐れいほく博（仮称）との連携
 - ・肉料理をメインとするスタンブラリーの実施
 - ・アクティビティと食をセットにした商品づくり 等
 - 土佐の豊穰祭など地域内イベントへの出店
- 【村のえき】ここでしか食べられないメニューの開発・提供

- ふるさと納税**
- ふるさと納税サイトへの掲載、返礼品のラインナップの充実

マスメディア等へのプロモーション・情報発信、市場ニーズに応える商品開発 等

成果目標（H32）

- 【土佐はちきん地鶏売上高】
H28：100,000千円
→H32：237,000千円
- 【年間出荷羽数】
H28：62,000羽
→H32：125,000羽
- 【取引先数】
H28：県内46件、県外71件
→H32：県内110件、
県外160件
- 【地域内の取引先数（累計）】
H28：10件
→H32：16件
- 【加工商材開発】
207行A（H29～H32累計）
- 【雇用人数】
14人（H29～H32累計）

ネクストステージ

- 生産20万羽体制
- 加工の本格展開